

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Andrews, J.C., & Shimp, T.A. (2013). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications (9th ed.)*. Boston: Cengage Learning.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Principle of marketing (4th ed.)*. New Jersey, USA: Pearson Education.
- Badan Pusat Statistik. (2015). *Proyeksi penduduk kabupaten/kota provinsi DKI Jakarta 2010-2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Cannon, Perreault, & McCarthy. (2008). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Deloitte Southeast Asia. (2015). *Deloitte consumer insight capturing Indonesia's latent market*. Deloitte Southeast Asia.
- Gervereau, L. (2007). *View, understand, analyse images*.
- Holloway, I., & Wheeler, S. (1996). *Qualitative research for nurses*. Oxford, England: Blackwell Science.
- Horton, P.B. (2006). *Sosiologi (6th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, R. (2007). *Manajemen periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, P., Wong, V., Armstrong, G., & Saunders, J.A. (2005). *Principles of marketing (4th ed.)*. Harlow (England): Pearson Education Limited.

- Kotler, P., Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (16th ed.). England: Pearson Education Limited.
- Landa, R. (2011). *Graphic design solution*. Boston, USA: Wadworth.
- Maliki, Z. (2010). *Makna kekuasaan dan transformasi politik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mitchell, N., Moriarty, S.E., & Wells, W. (2012). *Advertising & Imc: Principles & practices*. Pearson.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik membedah kasus bisnis analisis swot cara perhitungan bobot, rating, dan ocai*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, Y. (2010). *Metodologi penelitian pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Sachari, A., Sunarya, Y.Y. (2002). *Sejarah dan perkembangan desain dan dunia kesenirupaan di Indonesia*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Santosa, S. (2009). *Creative advertising*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setiadi, J., Nugroho. (2010). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Strivzer, I. (2014). *Type rules! The designer's guide to professional typography*. Hoboken, New Jersey: Wiley.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugono, D., dll. (2008). *Kamus besar bahasa Indonesia edisi keempat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustraka Utama.
- Suparlan. (1994). *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Program Kajian Wilayah Amerika - Universitas Indonesia.

Jurnal

- Aaker, J.L. (1997). "Dimensions of brand personality". *Journal of Marketing Research*, 34, 347-356.
- Elfick, J. (2011). "Class Formation and Consumption Among Middle Class Professionals in Shenzhen". *Journal of Current Chinese Affairs*. 40(1), 187-211.
- Furaiji, F., Latuszynska, M., & Wawryzniak, A. (2012). "An Empirical Study of the Factors Influencing Consumer Behavior in The Electric Appliances Market". *Journal of Contemporary Economic*, 6(3). 76-86. DOI: 10.5709/ce.1897-9254.52.
- Newman, M.L., & Sack, J. (2013). Information workflow of academic researchers in the evolving information environment: An interview study. *Learned Publishing*, 26(2), 123-131. doi: 10.1087./20130208
- Rolo, E. (2018). Graphic design analysis model. *Human Systems Engineering and Design*, 433-438. doi:10.1007/978-3-030-02053-8_66
- Rowley, J. (2009). "Conducting research interviews". *Management Research Review*, 35(3/4), 260-271.
- Silva, A., & Fernando, Madhuri. (2015). *The effectiveness of brand personality dimensions on brand loyalty: A study on mobile telecommunication services in Sri Lanka*. 10.17501/icoht2015-1101

- Triwijayati, A., & Pradipta, D. B. (2018). "Kelas Sosial VS Pendapatan: Eksplorasi Faktor Penentu Pembelian Consumer Goods dan Jasa". *Jurnal Ekonomi*, XXII(02), 141-158.
- Utama, I.G.B.R. (2016). *Teknik sampling dan penentuan jumlah sampel*. 10.13140/RG.2.1.5187.0808.

Internet

- 15 Insanely Effective Sales Promotion Examples To Win More Customers. (2021). *Wordstream.com*. Diakses pada Juni 19, 2021 dari <https://www.wordstream.com/blog/ws/2020/10/13/sales-promotion-examples>
- Aurelia, J. (2018). Apa yang Kita Bicarakan saat Membicarakan Tongkrongan "Anak Jaksel". *Tirto.id*. Diakses pada Februari 24, 2021, dari <https://tirto.id/apa-yang-kita-bicarakan-saat-membicarakan-tongkrongan-anak-jaksel-cXXf>
- Bradley, S. (2011). Types of Grids And When Each Works Best. Diakses pada Juni 19, 2021, dari <https://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>
- Bhatt, P. (2013). Paper-XV: Mass Communication and Media Studies. *Slideshare*. Diakses pada Juni 19, 2021, dari <https://www.slideshare.net/parthbbhatt/communication-and-mass-media-17735056>

Chi, C. (2019). 14 of the Best Public Relations Examples to Inspire Your Next Campaign. *Hubspot.com*. Diakses pada Juni 25, 2021, dari <https://blog.hubspot.com/marketing/public-relations-examples>

contrast. (n.d.). *Cambridge dictionary*. Diakses pada Februari 25, 2021, dari <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/contrast>

Coyle, A. (2014). Anatomy of a Grid. *Medium*. Diakses pada Juni 19, 2021, dari <https://uxdesign.cc/the-anatomy-of-a-grid-c955d5355fae>

Data jumlah penduduk berdasarkan pekerjaan per kelurahan tahun 2019. (April, 2021). *Open data Jakarta*. Diakses pada Juni 19, 2021, dari <https://data.jakarta.go.id/dataset/jumlah-penduduk-dki-jakarta-berdasarkan-pekerjaan/resource/615348bf8f950fb2f61cb5cd91ef28b5>

Hambeukers, D. (2020). Design is more than problem solving. *Medium*. Diakses pada Maret 9, 2021, dari <https://medium.com/design-leadership-notebook/design-is-more-than-problem-solving-7e290535927c>

IDN Media. (2019). *Indonesia millennial report 2020*. Diakses pada April 30, 2021, dari <https://cdn.idntimes.com/content-documents/Indonesia-millennial-report-2020-by-IDN-Research-Institute.pdf>

look and feel. (n.d.). *Cambridge dictionary*. Diakses pada Februari 22, 2021, dari <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/look-and-feel>

McGregor, P. (2017). Existing vs Living. *pmcgregor.com*. Diakses pada Februari 22, 2021, dari <http://www.pmcgregor.com/existing-vs-living/>

Neighbourhood Living Space. [@pelaspas]. (n.d.). Posts [Instagram Profile]. Diakses pada Januari 28, 2021, dari <https://www.instagram.com/pelaspas/>

Rolfe, A. (2020). Segmentation, Targeting, Positioning & The Buyer Persona.

Professional Academy. Diakses pada Juni 19, 2021, dari

<https://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/segmentation--targeting--positioning---the-buyer-persona>

Schultz, J. (n.d.). *Pinterest*. Diakses pada Juni 19, 2021, dari.

<https://www.pinterest.ch/pin/17944098499913149/?send=true>

ultimate consumer. (n.d.). *Cambridge dictionary*. Diakses pada Februari 23, 2021,

dari <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ultimate-consumer>

pelaspas. (n.d.). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) versi online/daring.

Diakses pada Januari 28, 2021, dari <https://kbbi.web.id/pelaspas>

Pelaspas Nipah. (n.d.). Manual Jakarta. *manual.co.id*. Diakses pada Februari 27,

2021. dari <https://manual.co.id/directory/pelaspas-nipah/>

wholesome. (n.d.). *Cambridge dictionary*. Diakses pada Februari 23, 2021, dari

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/wholesome>

William, E. (2021). 6 Principles of Visual Hierarchy. *Milkcarte*. Diakses pada

Juni 19, 2021, dari <https://milkcarte.com/6-principles-of-visual-hierarchy/>

Zamora. L.P. (n.d.). Trompe l'œil Tricks: Borges' Baroque Illusionism. *uh.edu*.

Diakses pada Juni 21, 2021, dari

<https://uh.edu/~englmi/BorgesBaroqueIllusionism/>

Komunikasi Pribadi

Kartowisastro, D [komunikasi pribadi, Februari 11, 2021] Pelaspas Nipah.